

ABSTRAK

Analisis Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Petani Kelapa Sawit Swadaya di Desa Sungai Deden Kecamatan Subah Kabupaten Sambas (dibawah bimbingan Dr. Novira Kursrini, SP., M.Si sebagai ketua dan Dr. Maswadi, SP., M.Sc sebagai anggota).

Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan, mulai tanggal 13 Juni - 13 Juli 2022 dengan tujuan untuk mengetahui saluran pemasaran TBS, menganalisis margin pemasaran, menganalisis *farmer's share* dan menganalisis efisiensi pemasaran TBS kelapa sawit petani swadaya. Metode pengumpulan sampel lembaga pemasaran kelapa sawit adalah *purposive sampling*, sedangkan untuk sampel petani kelapa sawit swadaya menggunakan teknik *random sampling*, metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara berdasarkan kuisioner yang telah disusun. Metode analisis yang digunakan adalah margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 saluran pemasaran TBS yaitu saluran 1 (petani-pedagang pengumpul-PKS), saluran 2 (petani-kelompok tani-PKS), dan saluran 3 (petani, kelompok tani-RAM-PKS). Hasil analisis menunjukkan margin pemasaran terbesar pada saluran 3 yaitu sebesar Rp. 428/Kg atau 30.77% yang disebabkan oleh banyaknya lembaga pemasaran TBS yang dilalui, margin pemasaran terkecil pada saluran 1 yaitu sebesar Rp. 275/Kg atau 22.44% karena petani tidak mengeluarkan biaya pemasaran dan menerima harga yang lebih tinggi dari saluran lainnya. *Farmer's share* terbesar terdapat pada saluran 1 sebesar 76.16% karena petani menjual TBS ke pedagang pengumpul yang memiliki harga lebih tinggi dari saluran pemasaran lainnya, *farmer's share* terkecil terdapat pada saluran 2 dengan nilai 68.01% karena petani menjual TBS ke kelompok tani dan menerima harga yang lebih rendah dari saluran lainnya. Setiap saluran pemasaran yang ada masuk kategori efisien karena *farmer's share* lebih besar dari margin pemasaran ($FS > MP$). Saluran pemasaran yang paling efisien terdapat pada saluran 1 dengan nilai 17.86% karena total biaya pemasaran yang lebih kecil dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya. Diharapkan petani yang memiliki kebun di sekitar pedagang pengumpul untuk menjual TBS ke pedagang pengumpul agar mendapat keuntungan lebih besar.

Kata Kunci: Efisiensi Pemasaran, Tandan Buah Segar, Petani Swadaya.